

Hotels benötigen technischen Fortschritt

Personalmangel und neue Gästewünsche zwingen zur Digitalisierung

Nach dem ersten Aufatmen herrschen aktuell wieder große Sorgen in der Hotelbranche. Im Frühjahr 2022 schien das Ende der Corona-Pandemie absehbar. Die Reiselust, ob geschäftlich oder privat, nahm wieder Fahrt auf, Hotelzimmer erzielten Rekordpreise, die bis heute anhalten. Die Branche erlebte ein euphorisches Aufblühen.

Ein halbes Jahr später wachsen in der Branche Angst und Unsicherheit aufgrund hoher Energiepreise und Inflation auf der Kostenseite.

Doch ist dieser Pessimismus gerechtfertigt? Unternehmen, die sich gut aufgestellt haben und sich flexibel an die veränderte Nachfrage anpassen, können durchaus positiv auf die Entwicklung blicken. Denn die aktuellen Krisen werden die Transformation der Branche enorm beschleunigen. Traditionelle Hotels sind gezwungen, sich neu aufzustellen. Vor allem im Bereich der Digitalisierung.

Die Branche erlebt teilweise eine skurrile Situation, in der Hotels Höchstpreise verlangen, doch gar nicht voll ausgelastet sind. Dieses Phänomen ist dem akuten Personalmangel geschuldet, welcher sich seit Pandemiebeginn vielerorts nicht mehr erholt hat. Zahlreiche Mitarbeiter wurden damals aus Kostengründen entlassen und kommen, wenn überhaupt, nur sehr langsam zurück. Manche Betreiber können so keine volle Auslastung mehr realisieren. Personalintensive Bereiche wie Rezeption, Front- und Backoffice sind chronisch unterbesetzt.

Abhilfe schaffen kann die Digitalisierung: Rund 80 Prozent der klassischen Hotelprozesse können digitalisiert werden. Das spart Zeit, Ressourcen und Fixkosten. Softwareprogramme können heute per Algorithmen das „Pricing“ vollständig übernehmen. Dank Apps, Cloud- und modernen Zugangstechnologien können Reisende via Smartphone flexibel ein- und auschecken. Technologie, die bereits auf dem Markt eingesetzt wird,

kann bis zu 65 Prozent fehlendes Personal ersetzen und bietet der Branche neue, zusätzliche Geschäftsmodelle.

Eine Transformation der Branche ist auch deswegen dringend notwendig, weil Menschen heutzutage und vor allem in Zukunft anders reisen wollen – das haben aktuelle Umfragen aufgezeigt. Beispielsweise können sich laut einer repräsentativen Befragung des Meinungsforschungsinstituts Yougov 37 Prozent der Umfrageteilnehmer vorstellen, ihren nächsten Urlaub am ehesten in einem hochwertigen sogenannten Serviced Apartment zu planen.

Die Wenigsten möchten heute noch 20 Minuten an der Rezeption warten, sich an strenge Frühstückszeiten anpassen oder sich mit mittelmäßigen haus-eigenen Fitnessstudios abgeben. Das Bier schmeckt in einer angesagten Bar auch besser als in der angestaubten Hotellobby. Hotelgäste wollen heute per Whats-app über umliegende Sehenswürdigkeiten und Restauranttipps aktuell informiert werden, anstatt in veralteten Papierprospekten auf dem Hotelzimmer-tisch zu suchen.

Der neue Reisetrend verlangt nach neuen Hotels und Konzepten – keine anonymen Bettenburgen mit Hunderten von standardisierten Zimmern. Die „Generation Airbnb“ bestimmt zunehmend den Nachfragemarkt.

Ein Großteil der heutigen Städtereisenden ist mit individuellen Angeboten von Anbietern wie Airbnb sozialisiert worden. Private Anbieter stellen dabei die eigene Wohnung in trendiger Nachbarschaft zur Verfügung.

Jahre später ist die „Generation Airbnb“ heute nicht mehr so sehr auf niedrige Preise angewiesen, ihr Anspruch ist aber weiterhin das selbstbestimmte Reisen. Architektur, Atmosphäre und Authentizität stehen im Fokus. Die Reisenden wollen ihre Zeit optimal nutzen – schnelles Internet und smarte digitale

Prozesse werden dabei vorausgesetzt. Viele herkömmliche Hotels können das nicht mehr mithalten.

Die Pandemie hat dazu geführt, dass Reisen und Arbeiten oft stärker miteinander verbunden werden. Arbeiten dort, wo andere Urlaub machen: Das ist die Idee hinter dem neuen Trend Workation. Immer mehr Unternehmen ermöglichen ihren Angestellten, remote zu arbeiten. Mails beantworten und Videokonferenzen abhalten kann man schließlich auch in Barcelona, Berlin oder Lissabon. Hierbei werden individuelle und zeitgemäß eingerichtete Unterkünfte gegenüber einem standardisierten Hotelkomplex heute oft bevorzugt.

Kurioserweise findet die steigende Nachfrage kaum entsprechende Angebote. Die Regulierung der Zweckentfremdung von Wohnraum hat dazu geführt, dass das Angebot von Reiseunterkünften nicht nur in Deutschland immer kleiner wird. In Europas Top-Städten gibt es ein Angebotsvakuum von bis zu 60 Prozent.

Hier besteht eine große Chance, die entstandene Kluft mit Repositionierungen von alten Hotels oder Umwidmungen von früheren Büroflächen neu zu besetzen. Das ist auch aus Perspektive der Stadtplanung sinnvoll und nachhaltig, da so wertvoller Wohnraum erhalten bleibt.

Die bevorstehende Transformation der Branche ist zudem für Investoren hochinteressant. Digitale Apartmentkonzepte beinhalten weitaus weniger Risiko als herkömmliche Hotels; sie bieten sogar ein Bewertungs-Uplift. Obendrein bietet die höhere Flächeneffizienz ein größeres Umsatzpotential, da Büros und Gemeinschaftsräume nicht mehr benötigt werden. Wenn die Branche jetzt nicht schläft, braucht sie auch die Zukunft nicht zu fürchten.

Christian Gaiser ist Gründer und Vorstandsvorsitzender (CEO) des Hotelbetreibers Numa Group in Berlin.